

5.1. КОМУНІКАЦІЯ З КЛІЄНТАМИ¹¹⁶

Комунікація – це акт передачі значення від однієї людини (або групи людей) іншій(им) за допомогою спільно зрозумілих знаків та правил. Ефективна комунікація визначається як вільний потік чіткої інформації.

Зміни в системі надання первинної медичної допомоги вимагають комунікації з пацієнтами по-новому. Розуміння клієнтами змін у правилах гри, які набувають чинності вже з 2018 року, матиме суттєвий вплив на кількість клієнтів та обсяг фінансування медичного закладу зараз і в довгостроковій перспективі. Тому системне висвітлення та обговорення питань, пов'язаних з медичною реформою, повинні відбуватися в кожному населеному пункті і стосуватися кожного жителя.

Комунікація з пацієнтами є складовою зв'язків з громадськістю – Public Relations (PR). Вам потрібен надійний двосторонній зв'язок з населенням, налагоджені канали спілкування, сприяння в досягненні місії вашого закладу в нових умовах і на користь позитивного ставлення до вашого закладу.

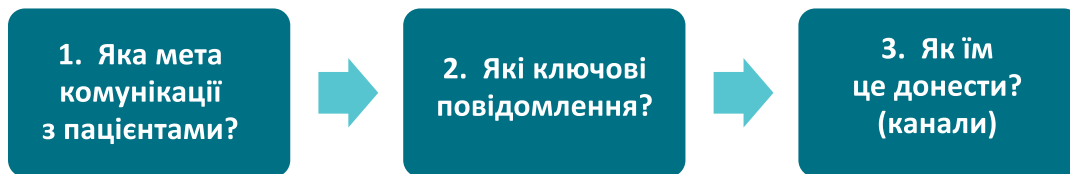
Зовнішня комунікація – система заходів з надання інформації, що має на меті вплив на розуміння, уявлення, очікування та поведінку цільових груп відповідно до завдань організації.

Організація системи комунікації з відомою цільовою групою завжди потребує відповіді на такі запитання (див. **Рис. 5.1.1**):

116 Використано матеріали:

- Андрій Кулаков. Презентація «Комунікація для соціальних проектів» / Семінар з комунікації для регіональних партнерів проекту експертної підтримки Надзвичайної кредитної програми для відновлення України. Київ, 9–11 березня 2017 р.
- Дмитро Коник. Стратегічні комунікації: Посібник для державних службовців / Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Світовий банк. Київ, 2016.
URL: www.worldbank.org.ua.
- Public Relations для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень / Укладач Андрій Куліш. Київ, 2004.
URL: http://cehrin.org.ua/chrin-ngo/wp-content/uploads/2015/06/PR_dlya_grom_org.pdf.
- Методичні рекомендації з організації ярмарку здоров'я. Харківська експертна група підтримки медреформи, ГО «Агенція змін «Перспектива». Харків, 2017.

Рисунок 5.1.1. Організація системи комунікації



Головна мета комунікації ЦПМД з пацієнтами під час реформи первинної ланки – змінити ставлення до змін/установку та викликати певні дії людей.

Кінцевий результат комунікації щодо реформи первинної медицини полягає в тому, що пацієнти:

- **розуміють**, у чому полягають ключові зміни в організації надання медичних послуг зараз і в майбутньому, бачать переваги нової системи охорони здоров'я;
- **усвідомлюють** нові можливості для себе в новій системі та її позитивний вплив на їхнє життя;
- **довіряють** системі ЦПМД/сімейному лікарю, розуміють, як системно та прозоро отримати інформацію про свої права, і мають можливість надання зворотного зв'язку;
- **користуються** системою первинної медицини на нових засадах: насамперед обирають лікаря та підписують декларації, а також відповідальніше ставляться до власного здоров'я, дотримуються призначеного лікування, приділяють увагу профілактиці за підтримки свого сімейного лікаря.

Комунікація з пацієнтами сприяє побудові взаєморозуміння та встановленню довіри, запобігає можливим конфліктам. При цьому у різних верств населення різні очікування, уявлення та мотивація до дій.

Людей можна поділяти на групи за віком, соціальним статусом (службовці, робітники, підприємці, селяни, пенсіонери), іншими ознаками. Також неоднорідне ставлення населення до медичної реформи. Щоб «достукатися» до кожної групи, треба застосовувати різні підходи та методи, спираючись на те, що для певної групи є більш важливим, корисним та зручним.

Таким чином, завдяки ефективній комунікації **пацієнт не тільки стає більш обізнаним щодо реформи та нових можливостей для себе, але й змінює ставлення та поведінку.**

Ключові повідомлення для клієнтів

Повідомлення в процесі комунікації – це значуща ідея, що має закріпитися у свідомості представників вашої цільової аудиторії. Це невелике за розміром твердження, засноване на достовірній інформації, яке організація готує та розповсюджує з метою надати переконливі аргументи представникам цільових аудиторій для спонукання їх **до виконання певних дій**.

Що треба сказати пацієнтам

«Проводимо зміни на вашу користь»

Перший крок реформи – зміни на рівні первинної медичної допомоги вже з 2018 року.

№ 1. Вільний вибір сімейного лікаря (терапевта, педіатра),

якому Ви довіряєте, незалежно від місця проживання. За новими правилами цей лікар буде отримувати кошти за Ваше обслуговування за принципом **«гроші ходять за пацієнтом»** за рахунок коштів держбюджету.

- **Ваш вибір стає ширшим**, тому що можна вибирати будь-якого лікаря, який має ліцензію на медичну практику (необов'язково з ЦПМСД або поліклініки, це може бути приватний лікар). Держава платитиме кожному лікарю за кількістю пацієнтів, які підписали з ним декларації.
- **Запровадження електронних реєстрів пацієнтів** дозволить зрозуміти, скільки пацієнтів обслуговується у якого лікаря, та організувати зручний електронний запис для відвідання лікаря. Вам не треба буде чекати у «живих» чергах під кабінетами.

Наприклад, можна спрогнозувати таку реакцію клієнта на отримане повідомлення (див. **Рис. 5.1.2**).

Рисунок 5.1.2. **Можливий варіант реакції клієнта на отримане повідомлення**

Реформа для мене.
Що я потрібен зробити?
Вибрати лікаря: це саме те, що я
робитиму найближчим часом.

Які наслідки для мене: гарний лікар –
якісна медична допомога – гарне здоров'я.
Мені важливе моє здоров'я – треба знати
про різні можливості у різних лікарів.
На гарних лікарів буде попит – треба
своєчасно підписати декларацію.

Люди, такі як я, зацікавлені у своєму
здоров'ї, підписуються на свого лікаря.
Чудово, що я вирішив підписатися.
Де ще я можу дізнатися про лікарів?
До якого терміну треба підписати
декларацію (куди і коли піти, що мати
при собі)?

№ 2. «Ваше здоров'я – результат спільних зусиль Вас і Вашого лікаря»

- Не відкладайте звернення до лікаря, коли Вас щось непокоїть.
- Виконуйте призначення лікаря у випадку хвороби.
- Не нехтуйте порадами щодо профілактики здорового способу життя.
- **Дбайте про своє здоров'я!**

№ 3. «Гідна винагорода лікареві – краще здоров'я пацієнтів»

- Нова система створює кращі умови для лікарів-професіоналів та інших медичних співробітників, пов'язує їхні доходи з результатами праці та якістю надання послуг.
- Державні фінансові гарантії надаються всім громадянам України шляхом спрямування грошей до лікаря, якого Ви обираєте.
- Лікарі, яким довіряють, будуть отримувати гідну плату за свою роботу від держави.
- **Ви не повинні платити додатково сімейному лікарю!**

Обрання комунікаційних каналів

Канали комунікації повинні бути оптимальними для кожної з цільових аудиторій з урахуванням того, як вони звикли отримувати інформацію, наскільки канал впливає на них, якому каналу вони довіряють.

Методи та способи інформування

1. Інформування через засоби масової інформації:
 - публікації та виступи в газетах і журналах;
 - сюжети в теле- й радіоновинах, участь представників закладу в різноманітних теле- й радіопрограмах, передачах тощо;
 - інтерв'ю, прямі ефіри.
2. Використання засобів мережі Інтернет:
 - сайт медичного закладу (де є посилання на сайт МОЗ, eHealth, пацієнтських організацій);
 - соціальні мережі.

3. Організація власних PR-заходів:

- тематичні «круглі столи»;
- зустрічі з громадськістю (громадські слухання);
 - консультації із зацікавленими партнерами, громадськими організаціями, пацієнтськими групами, професійними асоціаціями;
 - «дні відкритих дверей» та ярмарки здоров'я.

4. Інші заходи:

- організація телефонної лінії для роз'яснення можливих дій пацієнта щодо вибору лікаря та реагування на скарги;
- електронні розсилання за заздалегідь укладеними списками;
- використання плакатів, брошур, листівок та інших матеріалів МОЗ, UNICEF, офісу eHealth у медичному закладі;
- розповсюдження самостійно виготовлених буклетів, листівок.

Використання соціальних мереж

Активне висвітлення планів та ходу реалізації реформи в соціальних мережах забезпечить постійний зворотний зв'язок з аудиторією. Серед переваг соціальних мереж є те, що ваші користувачі збільшать вашу аудиторію (через уподобання, коментарі, поширення).

Саме соціальні мережі можуть стати одним з ключових каналів комунікації як теперішніх змін, так і взаємодії в майбутньому. Найбільш активні користувачі – люди переважно до 50 років.

Призначте особу, відповідальну за спілкування в соціальній мережі Facebook, з числа лікарів/медсестр, які є активними користувачами цієї мережі. Сплануйте, як ви будете використовувати соціальні мережі: якого типу інформацію, як часто, у якому форматі ви будете надавати. Вивчайте досвід інших медичних закладів.

Ваші найближчі дії – сприяння населенню у виборі лікаря, що буде одночасно означати ефективну підписну кампанію для ЦПМД і надійний бюджет.

В інформації про вибір лікаря людям цікаві такі моменти:

- Які сімейні лікарі (а також терапевти, педіатри) працюють у центрі і де саме вони вестимуть прийом?

- Як можна здійснити та оформити вибір лікаря?
- Як можна перейти від одного до іншого лікаря в разі потреби?
- Що входить у гарантований пакет послуг?
- Який розклад роботи лікарів?
- До якого лікаря звертатися в разі відсутності свого лікаря (через відпустку або з інших причин)?

Інформацію можна розмістити:

- на стендах у ЦПМД;
- на сайті ЦПМД;
- у спеціальних брошурах, листівках.

Ярмарок здоров'я – приклад комунікаційної події, яка охоплює різні групи населення через різнобічне інформування та залучення до діалогу. Формат ярмарку опробовано експертами підтримки медичної реформи в Харківській області: 7 квітня 2017 року для мешканців Чугуївського району та 16 вересня 2017 року для мешканців Валок у рамках проектів «Трансформація первинної медицини в Харківській області».

Цілі та концепція проведення ярмарку здоров'я¹¹⁷

Ярмарок здоров'я – інтерактивний масовий захід, спрямований на:

- інформування населення про медичну реформу, формування позитивного сприйняття медичної реформи;
- популяризацію здорового способу життя та профілактику захворювань;
- знайомство мешканців регіону з сімейними лікарями для сприяння свідомому вибору сімейного лікаря;
- покращення комунікації між громадою та працівниками первинної медицини для розбудови первинної допомоги на рівні громади;
- популяризацію медичної професії та ролі лікаря;
- отримання зворотного зв'язку від населення про обрання сімейного лікаря.

¹¹⁷ Детальний план проведення ярмарку, поради та висновки можна знайти на сторінці Харківської експертної групи підтримки медреформи у мережі Facebook: <https://www.facebook.com/medreformaexpert/>.

Проведення ярмарку здоров'я доцільне в ситуації радикальної трансформації первинної ланки медичної допомоги, оскільки він демонструє інші відносини пацієнтів з лікарями, сприяє інформуванню населення про реформу, підтримує діалог між різними гілками влади та громадськістю навколо медичної реформи.

Такі заходи можна проводити як в об'єднаних територіальних громадах (за наявності хоча б 3-4 сімейних лікарів, приймальні яких розташовані достатньо близько одна до одної), так і в містах, де проблема вибору сімейного лікаря ускладнюється слабкими горизонтальними зв'язками в громаді.

Під час ярмарку відбувались такі події/заходи:

- виступи запрошених представників адміністрації району та області, лікарів під час церемонії відкриття ярмарку;
- стендові презентації учасників заходу – сімейних лікарів, в ході яких лікарі спілкувалися з відвідувачами ярмарку, відповідали на запитання, формували списки майбутніх пацієнтів (на момент проведення ярмарку ще не було офіційно затверджено декларацію та порядок її підписання, проте лікарі могли вже просто на ярмарку формувати реєстри пацієнтів, вчити користуватися формами онлайн-реєстрації та запису на прийом);
- стендові презентації учасників заходу – представників соціальних служб міста і району;
- семінари для населення з різних питань здоров'я та лікування (педіатрія, здоровий спосіб життя), які проводили запрошені фахівці з Харкова;
- дискусійні майданчики щодо перебігу медичної реформи, здоров'я громади з експертами з підтримки медичної реформи;
- опитування населення щодо змін, яких воно прагне в медичному обслуговуванні та виборі сімейного лікаря;
- підсумкова конференція за участю сімейних лікарів та представників громади з обговоренням підсумків ярмарку та відносин між первинним та вторинним рівнями медичної допомоги.

Організатори заходу приділили увагу роздатковим матеріалам для населення.

Одна з цілей комунікації з населенням під час впровадження принципів «вільний вибір свого лікаря» та «гроші ходять за пацієнтом» – сприяння розумінню того, як обирати свого лікаря та які питання варто з'ясувати. Наприклад, кожен відвідувач ярмарку отримував листівку (див. приклад на **Рис. 5.1.3**), щоб зорієнтуватися і використати можливість ефективного спілкування з лікарем.

Рисунок 5.1.3. Приклад листівки з інформацією про організацію сімейної медицини, місто Балта Одеської області

ЯК ОТРИМАТИ ПОСЛУГИ БЕЗКОШТОВНО?

ЗАПИСАТИСЬ НА ПРИЙОМ ДО СІМЕЙНОГО ЛІКАРЯ:

колл-центр
2-42-22
(багатоканальний)
8.00 - 18.00

реєстратура
2-15-56
2-12-50
8.00 - 18.00

звертайтеся до «Медичного пункту»
(фельдшерсько-акушерський пункт)
8.00 - 16.00

ПРИЙОМ ТА КОНСУЛЬТАЦІЇ У СІМЕЙНОГО ЛІКАРЯ
ВИРІШЕННЯ 80% ВАШИХ ПРОБЛЕМ ІЗ ЗДОРОВ'ЯМ

За необхідності, направлення до спеціалізованої лікарні

Надання спеціалізованої медичної допомоги у лікарні

В КВІПНІ БАЛТСЬКА ГРОМАДА ПРОВІДІТЬ ЯРМАРК СІМЕЙНОГО ЗДОРОВ'Я, ДЕ ВИ ЗМОЖЕТЕ:

- Отримати всю інформацію про безкоштовні послуги у спеціалізованому центрі медичної допомоги
- Познайомитися з будь-яким сімейним лікарем
- Обрати лікаря та заключити декларацію на обслуговування

ГРАФІК РУХУ АВТОБУСІВ ПО МАРШРУТУ «ПОЛІКЛІНІКА – ЦРЛ – ПОЛІКЛІНІКА»

(Вул. Кірова – нижче «Оптікона»)

Назва маршрута	Час відпр.
П Поліклініка Ц ЦРЛ П → Ц Ц → П	
Балта-Пужайкове	05:40 08:05
Балта-Пасат (крім пн.)	06:20 07:50
Хутрова фабрика-ЦРЛ	06:40 07:05
Хутрова фабрика-ЦРЛ	07:40 08:20
Балта-Козацьке	08:00 08:40
Балта-Козацьке	09:15 09:40
Хутрова фабрика-ЦРЛ	09:30 10:05
Балта-Пужайкове	10:10 12:10
Балта-Козацьке	10:20 10:50
Балта-Пасат (крім пн.)	10:30 12:00
Балта-Козацьке	11:50 13:00
Балта-Пужайкове	14:00 15:40
Балта-Пасат (крім пн.)	14:30 15:20
Хутрова фабрика-ЦРЛ	15:30 16:05
Хутрова фабрика-ЦРЛ	16:40 17:05

Комунальне некомерційне підприємство «Балтський центр первинної медико-санітарної допомоги» Балтської міської ради Одеської області м. Балта, Ломоносова 26, (04866)24222, e-mail: baltapmsd.btg@gmail.com www.baltapmsd.btg.gov.ua

Балтський центр первинної медико-санітарної допомоги

СІМЕЙНІ ЛІКАРІ БАЛТСЬКОЇ ГРОМАДИ ВИРІШУЮТЬ ВАШІ ПРОБЛЕМИ ЗІ ЗДОРОВ'ЯМ БЕЗКОШТОВНО

За підтримки Балтського міського голови Мазура Сергія Сергійовича

МЕДИЧНА РЕФОРМА: ЦО ЧЕКАЄ НА ПАЦІЄНТА

- Право обрати собі (та для всієї сім'ї) сімейного лікаря. Без прив'язки до свого міста чи селища**

Вивчаємо сімейних лікарів

Вибираємо лікаря

Йдемо до обраного лікаря

Підписуємо декларацію з лікарем

Лікар отримує кошти за обслуговування пацієнта протягом терміну дії декларації

Покращення допомоги та ставлення сімейних лікарів до пацієнтів
- Безкоштовна допомога сімейного лікаря**
- Значне зменшення витрат на ліки**

Цей буклет було підготовлено за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Угоди з Проектом «Реформа ВІЛ-послуг» у дії № AID-121-A-13-00007. Зміст цього буклету, за який несе відповідальність виниклого ТОВ «Делойт Консалтинг» та партнерів-виконавців, не обов'язково є відображенням поглядів USAID або Уряду США.

Балтський центр первинної медико-санітарної допомоги

БЕЗКОШТОВНІ ПОСЛУГИ ВАШОГО СІМЕЙНОГО ЛІКАРЯ

ДІАГНОСТИКА:

- Діагностика найбільш поширених хвороб
- Обов'язкові медичні обстеження щодо пацієнтів з підвищеним ризиком розвитку окремих захворювань згідно порядку ПМД:
 - вимірювання артеріального тиску
 - шкала SCORE (оцінка ризику серцево-судинних захворювань)
 - індекс маси тіла (оцінка ризику серцево-судинних захворювань)
- Обстеження:
 - загальний аналіз крові з лейкоцитарною формулою
 - глюкоза крові
 - загальний холестерин
 - загальний аналіз сечі
 - електрокардіограма (ЕКГ)
 - флюорографія
 - рентгенографія
 - забір матеріалу для мікроскопії харкотиння
 - швидкі тести на ВІЛ
 - швидкі тести на вірусний гепатит
 - швидкі тести на сифіліс
 - забір матеріалу для цитологічного дослідження
 - безконтактне вимірювання очного тиску

ЛІКУВАННЯ:

- Лікування найбільш поширених хвороб
- Видача рецепту для отримання безкоштовних препаратів по Програмі «Доступні ліки», електронний рецепт
- Супровід пацієнтів із хронічними захворюваннями, контроль виконання медичних призначень
- Видача електронного рецепту
- Динамічне спостереження за станом здоров'я пацієнта (регулярні обстеження в процесі лікування)

НЕВІДКЛАДНА МЕДИЧНА ДОПОМОГА

СПЕЦІАЛІЗОВАНА ДОПОМОГА:

- Запис по телефону до лікаря вторинної (спеціалізованої) медичної допомоги, до якого Вам дійсно потрібно звернутись
- Видача направлень та безкоштовних білетів на проїзд
- Супровід та консультації щодо виконання призначень лікаря спеціалізованої (вторинної) допомоги

ВАКЦИНАЦІЯ

СУПРОВІД ВАГІТНОСТІ:

- динамічне спостереження за неускладненою вагітністю
- організація необхідних оглядів та скерування до акушера-гінеколога

ДОПОМОГА ДІТЯМ:

- медичне спостереження за здоров'ям дитини
- лікування дитини у випадку захворюваності
- вакцинація відповідно до вимог календаря профілактичних щеплень

ВИДАЧА ДОВІДОК:

- оформлення затверджених форм довідок
- листівки непрацездатності
- направлень на МСЕК для проведення експертизи втрати працездатності
- лікарське свідоцтво про смерть

ПАЛІАТИВНА ДОПОМОГА

Поліпшення якості життя пацієнтів та їхніх сімей, які зіткнулися з проблемами смертельного захворювання:

- окремі послуги доступні на рівні сімейного лікаря (консультування)
- направлення пацієнта, відповідно до медичних показань, для надання йому додаткової паліативної допомоги

ОКРЕМІ КОНСУЛЬТАЦІЇ:

- консультування щодо зменшення ризикованих звичок і поведінки: вживання алкоголю, тютюну, інших психоактивних речовин, ризиковані статеві стосунки, нездорове харчування, недостатня фізична активність тощо
- формування навичок здорового способу життя в т.ч. для зменшення проявів хронічних захворювань
- консультування щодо ВІЛ

ДЕННИЙ СТАЦІОНАР

- виконання призначень сімейних лікарів
- виконання призначень спеціалістів за погодженням сімейним лікарем

НАШІ КОНТАКТИ

Адреса	Завідуючий, ПІБ	Телефон
Балтська міська АЗПСМ		
м. Балта, вул. Ломоносова, 26	Ріба Валентина Володимирівна	2-42-22 2-15-56; 2-12-50
медичний пункт		
с. Андріївка вул. 8, Стуса, 118А	Бондаренко Марія Василівна	94-3-11
с. Сарайкина вул. Гагаріна, 51	Лощонов Олександр Михайлович	77-1-38
с. Митрофанівка вул. Миру, 23	Козацька Оксана Захарівна	050-257-04-87
с. Переміш вул. Миру, 23	Коваль Володимир Максимович	90-1-18
с. Коритне вул. Т. Шевченка, 117А	Опариста Ірина Юріївна	92-1-37
с. Пасат вул. Д. Мазура, 67	Субірта Ірина Вікторівна	73-1-17
с. Козацьке вул. Шкільна, 10/1	Піданська Галина Олександрівна	066-899-01-84 92-5-59
с. Лисичівка вул. Перемоги, 2А	Вінчук Марина Анатоліївна	066-577-97-85
Білинська АЗПСМ		
с. Біліне вул. Привокзальна, 28	Шевца Оксана Леонідівна	99-1-71
медичний пункт		
с. Пасадівка вул. С. Олійника, 118	Анатоліївна	78-1-12 78-1-55
Гольманська АЗПСМ		
с. Гольман вул. Шевченка, 98	Борисюк Володимир Гаврилович	96-4-38
медичні пункти		
с. Немирівське вул. Паркова, 1А	Двор Улана Володимирівна	97-1-75
с. Переміш вул. Т. Шевченка, 9	Бондаренко Анастасія Вікторівна	97-1-56
Обилянська АЗПСМ		
с. Обиля вул. Шевченка, 105	Кучер Сергій Дмитрович	98-1-28
медичні пункти		
с. Опішанка вул. Бисюцького, 97/5	Василівна	95-1-43
с. Мешинівка вул. Перемоги, 84	Чуланова Анастасія Миколаївна	095-183-80-59
с. Салоді вул. Балтська, 40	Тіщенко Світлана Валеріївна	067-926-11-69 95-1-45
с. Кармаківка вул. Д. Українця, 3	Фомова Альона Юріївна	066-8217-03 95-1-42
с. Борсуки вул. Центральна, 2	Бабичук Юлія Володимирівна	096-142-99-29
Заступник міського голови Миколенко Валерій Анатолійович 067-519-33-14		
Начальник відділу охорони здоров'я міської ради Чорний Станіслав Іванович 050-533-57-37		
Топовий лікар КНП «Балтський центр ПМСД» Колонтій Роман Леонідович 066-341-67-73		

www.baltapmsd.btg.gov.ua

Критичні питання, які необхідно вирішити на етапі підготовки та проведення ярмарку

Організація ярмарку вимагає тісної співпраці різних служб і злагодженої дії управлінської команди, застосування інструментів проектного менеджменту.

- **План:** менеджерській команді необхідно насамперед розробити план підготовки події; на етапі підготовки він слугуватиме інструментом моніторингу ходу процесу та комунікації з різними зацікавленими сторонами.
- **Партнерство з міською і районною владою:** влада може забезпечити приміщення, меблі та обладнання, розповсюдження інформації про подію, підвіз мешканців віддалених населених пунктів.

Простір ярмарку повинен дозволяти індивідуальне спілкування лікарів з відвідувачами, має бути місце перепочинку для відвідувачів, особливо похилого віку.

- **Пошук приміщення** (зручне розташування, розміри): оптимальним приміщенням для масштабу 20+ учасників є звичайний спортзал у школі, менша кількість стендів може розміщуватись у холі школи; обов'язковою умовою є наявність щонайменше двох входів до приміщення для оптимізації маршруту відвідувачів ярмарку.
- Приділіть увагу наявності **вивісок та орієнтирів** в приміщенні ярмарку: це зменшить розгубленість відвідувачів та підвищить ефективність події.
- **Виставкові меблі:** традиційно такі заходи проводяться з використанням виставкових меблів: стенди додають події зовнішньої привабливості, кращою є «картинка» для ЗМІ, навігація відвідувачів (стенди містять великі таблички з іменами учасників) є зручнішою, але монтаж стендів передбачає витрати. Це питання може вирішуватись за кошти громади або шляхом залучення спонсорських/рекламних коштів, можлива політика розумної співоплати для комерційних закладів, які беруть участь у ярмарку. Але щонайменше кожен лікар-учасник заходу повинен мати стіл та стілець (у ярмарках на Харківщині через брак простору лікарі мали один стіл на двох); можливі додаткові стільці для відвідувачів, особливо для людей похилого віку.
- **Вибір часу події:** краще обирати вихідний день (суботу), оскільки це дозволяє залучити працюючу аудиторію; тривалість стендових презентацій не повинна перевищувати чотирьох годин, краще розраховувати тривалість заходу за числом потенційних відвідувачів.

Широке **висвітлення події**: для залучення мешканців віддалених територій краще працюють яскраві плакати, заздалегідь розміщені в місцях масового відвідування (школи, магазини, амбулаторії тощо). Важливо проводити системну роботу з місцевими засобами масової інформації – газетами, що поширюються територією району. Соціальні мережі дозволяють залучити активну молодіжну аудиторію. Ярмарок здоров'я – новий формат для наших людей, які звикли спілкуватися з лікарем тільки в його кабінеті, тому важлива підготовка цільової аудиторії – наприклад, розповсюдження **листівок**, які містять не тільки опис події, але й рекомендовані запитання, які варто поставити сімейному лікарю під час спілкування.

Окремим засобом орієнтації відвідувачів може бути **каталог сімейних лікарів** з інформацією про всіх сімейних лікарів, які беруть участь у ярмарку. Наявність такого каталогу дозволяє відвідувачу зорієнтуватись серед багатьох лікарів та підготуватись до розмови з тими, кого він заздалегідь обрав. За задумом дизайнерів ярмарку каталоги містили не лише формальну інформацію про лікарів, але й їхні відгуки на суперечливі питання медичної реформи, взаємодію з пацієнтами тощо.

Учасники і партнери

- Учасниками ярмарку є насамперед сімейні лікарі та медсестри. Їх необхідно не тільки запросити на захід, але й підготувати: пояснити, що це за захід, для чого він, як на ньому поводитись.
- Варто залучати до заходу медичні заклади вторинного і третинного рівнів: вони так само зацікавлені в залученні відвідувачів лікуватись у них, поки в державі не працює система «воротарства», за якою сімейний лікар обирає фахівців та заклади вторинного рівня, куди направляє своїх пацієнтів.
- Доцільно налагодити партнерство з медичним університетом.
- Залучайте будь-які організації, що опікуються питаннями здоров'я і добробуту населення, зокрема соціальні служби, громадські організації, спортивні секції: це допоможе сформувати у свідомості людей картинку єдиної системи підтримання здоров'я.
- Також можлива участь комерційних медичних центрів.

Фінансування ярмарку можливе з різних джерел, таких як місцеві бюджети громад, співплата учасників (комерційні заклади), залучення допомоги місцевого бізнесу (не тільки у вигляді грошей, але й товарів та послуг), грантова підтримка. Кілька джерел фінансування підвищать якість події.

Важливо, щоб на ярмарку відвідувачі могли робити конкретні дії для приєднання до системи нових відносин, зокрема підписати декларацію з сімейним лікарем, записатись он-лайн на прийом тощо.

Ефективність події зростає при регулярному (наприклад, щорічному) проведенні ярмарків здоров'я: це може стати очікуваною подією для громади навіть після завершення критичного етапу медичної реформи.